

SADRŽAJ:  
UVOD

Razrađujući zadatak temu "ORGANIZACIJA I FUNKCIONISANJE MARKETINGA U MALOM PREDUZEĆU" koristila sam se delima naših poznatih i priznatih stručnjaka koja su mi bila na raspolaganju.

Na samom početku više sam se bazirala na samu definiciju i organizacione karakteristike malih preduzeća kao i na dinamičke promene privredne strukture pri čemu mala preduzeća sve više preuzimaju učešće na tržištu. Kratak pregled strategije u malim preduzećima i analiza i istraživanje organizacione strukture: misija, vizija, ciljevi, motivacija, inovacije itd.

Definicija marketinga, značaj organizacije marketing strategije za uspešnost i opstanak preduzeća, osvrt na tržišnu/teritorijalnu organizaciju marketinga i samu SWOT analizu sam navela kao značajnu tehniku pregleda poslovanja preduzeća. Završnica ovog teorijskog izlaganja je naravno sa klasifikacijom oblika organizovanja marketinga sa akcentom na segmentaciju, diferenciranje i pozicioniranje.

Nakon toga predstavljen je primer sa kojim sam pokušala da približim organizaciju i funkcionisanje marketinga u realnim uslovima poslovanja datog preduzeća.

I DEFINISANJE MALOG PREDUZEĆA

Pojam organizacija se u savremenom svetu odnosi na uređen, ciljem definisan skup ljudi koji izvršavaju neki zajednički zadatak. Kako će ljudi međusobno uskladiti interese, podeliti poslove, koordinirati rad i kontrolisati izvršenje predstavlja suštinu organizovanja. Ovaj problem se javlja u proizvodnji, trgovinskom preduzeću, banci, sportskom društvu, i uopšte u svim oblicima ljudskog okupljanja, rada i poslovanja, organizacionim sistemima. Organizacija predstavlja svako udruživanje dva ili više ljudi da izvrši neki posao, pri čemu oni definišu cilj udruženja, raspodeljuju zadatke, obezbeđuju sredstva i vode određene poslovne procese, izvršavaju određene funkcije radi realizacije zadataka. Pri tome ljudi neminovno uređuju međusobne odnose u toj organizaciji. Iz tog razloga osnovne komponente organizacije su: čovek, cilj, zadatak, sredstva i funkcije. Čovek je pokretač ideja, predlagač adekvatnih rešenja, donosilac odluka, izvršilac i kontrolor. Sistem u kome nema učešća čoveka nije organizacioni sistem. Cilj svakog preduzeća kao sistema je organizacione vrste da omogući egzistenciju članova organizacije i razvoj sistema. Ciljem se obrazlaže razlog postojanja organizacije. Zadatak je konkretizacija cilja. Zadaci se izvršavaju a cilj se ostvaruje.

Mala i srednja preduzeća su najvitalniji deo privrede u svim razvijenim zemljama sveta. Snaga malih preduzeća je u kraćem vremenu donošenja i sprovođenja prilagođavanja u uslovima promenljivog okruženja. Mala preduzeća proizvode značajan deo od ukupno ponuđenih proizvoda, obezbeđuju nova radna mesta, stimulišu konkurenciju, efikasno i efektivno proizvode, pružaju usluge i pospešuju inicijativu i kreativnost.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU. -----**

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**